

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO DI PANTAI
WEDIOMBO**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Dicky Setyo Purnomo

2118 30270

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

**PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN,
DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
USAHA MIKRO DI PANTAI WEDIOMBO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DICKY SETYO PURNOMO

Nomor Induk Mahasiswa: 211830270

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 19 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Daniel J.I. Kairupan, S.AB., M.B.A.

Penguji

Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Ph.D., M.Si.

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan oleh para pelaku usaha mikro di kawasan pesisir Pantai Wediombo. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, data yang diperoleh berupa data dari responden mengenai pernyataan-pernyataan yang mewakili setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 60 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan, terdapat pengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan terhadap peningkatan pendapatan, terdapat pengaruh antara variabel pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan oleh para pelaku usaha mikro di kawasan pesisir pantai wediombo, adanya pengaruh pengaruh Pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan pemasaran digital terhadap Peningkatan Pendapatan oleh para pelaku usaha mikro di kawasan pesisir Pantai Wediombo.

Kata kunci: Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan, Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan.

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha penting yang memberikan kontribusi ekonomi yang cukup besar bagi bangsa. Kehadiran UMKM memungkinkannya untuk mengambil tenaga kerja yang cukup besar. Selain itu, UMKM merupakan inisiatif yang dapat membantu pemerintah memerangi kemiskinan dan pengangguran. UMKM memiliki

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengaruh dan peran yang sangat penting karena mereka sangat merangsang inovasi, menghasilkan peluang kerja, dan menambah kemajuan ekonomi, serta memperkuat ketahanan ekonomi suatu negara. UMKM juga sering menjadi tulang punggung bagi komunitas lokal dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM yakni salah satu alternatif yang dapat dipilih dalam meningkatkan pendapatan Masyarakat (Amalia, 2018).

Kriteria UMKM UU Cipta Kerja, peraturan pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. yang pertama adalah terletak pada pihak yang melakukan pembinaan dan pemberdayaan usaha. UMKM merupakan akronim dari usaha mikro, kecil dan menengah yang lebih menitik beratkan kepada cakupan usaha mikro.

UMKM telah tumbuh dengan sangat cepat setiap tahun. Perlu dicatat bahwa masyarakat memiliki keinginan besar untuk memulai bisnis mereka sendiri atau untuk meningkatkan pertumbuhan yang sudah ada untuk mendukung diri mereka sendiri. Data perkembangan UMKM menunjukkan bahwa jumlah UMKM semakin meningkat di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tahun 2019 sebagai berikut :

Tabel 1 Perkembangan UMKM DIY

No	Tahun	Jumlah UMKM di DIY
1	2019	143.385
2	2020	188.033
3	2021	318.892
4	2022	324.745
5	2023	324.408

Berdasarkan dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di DIY mengalami perkembangan (Bappeda, 2023).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perkembangan UMKM di DIY khususnya di Kabupaten Gunungkidul juga mengalami perkembangan. Informasi kenaikan jumlah UMKM di Gunungkidul yang diberikan memungkinkan pengamatan data berikut:

Tabel 2 Perkembangan UMKM Kab. Gunungkidul

No	Tahun	Jumlah UMKM di Gunungkidul
1	2019	20.928
2	2020	21.523
3	2021	21.532
4	2022	21.759
5	2023	21.669

Berdasarkan dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Kabupaten Gunungkidul mengalami peningkatan (Bappeda, 2023).

Hasil dari observasi peneliti kepada narasumber (Handoko) selaku ketua Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis), jumlah pelaku usaha mikro di daerah pesisir Pantai Wediombo Kabupaten Gunungkidul sebagai berikut:

Tabel 3 Data pelaku usaha mikro Pantai wediombo

Jenis usaha	Jumlah pelaku UMKM
-------------	--------------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jasa	56
Kerajinan	4
Total	60

Terlihat jelas dari data pertumbuhan UMKM di DIY, khususnya di Kabupaten Gunungkidul, bahwa jumlah peserta UMKM meningkat setiap tahunnya. Kenaikan ini menunjukkan antusiasme masyarakat dalam memulai bisnis mereka sendiri dan menggunakannya sebagai sarana dukungan penghasilan. Tetapi rasa motivasi kewirausahaan yang kuat diperlukan untuk berkembang menjadi pengusaha yang kompeten. Motivasi kewirausahaan menurut Menurut Harawaty (2010) dalam Diana et al., (2023) adalah dorongan dan kapasitas individu untuk menjalankan operasi bisnis otonom sesuai dengan bakat dan kemampuannya.

Ketika seseorang memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi seorang pengusaha, mereka tidak hanya berpikir tentang menghasilkan uang tetapi juga tentang pemenuhan yang datang dengan menjadi seorang pengusaha. Akan tetapi hal ini kurang ditemukan pada para pelaku usaha mikro di pesisir pantai wediombo, dimana mereka melakukan usahanya hanya sebagai pendapatan sampingan saja. Padahal jika kelola dengan baik pendapatan dari usaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini terjadi karena mereka belum memiliki pengetahuan dan dorongan untuk mengembangkan usaha mereka.

Seseorang dapat menjadi lebih berpengetahuan dan termotivasi dengan mengambil kursus kewirausahaan. Karena kewirausahaan adalah disiplin yang dapat dipelajari dan diajarkan, setiap orang memiliki kesempatan yang sama

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

untuk menekuni kewirausahaan. Manajemen bisnis yang efektif adalah prasyarat untuk menjadi pengusaha sukses. Seperangkat identifikasi, penilaian, dan prosedur pembelajaran terorganisir digunakan dalam pelatihan, kegiatan yang direncanakan dengan tujuan mengembangkan sumber daya manusia. Ini dicapai dengan bekerja untuk meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan tugas-tugas baik sekarang maupun di masa depan. Ini menunjukkan bahwa pelatihan dapat membantu dengan kesulitan yang berkaitan dengan kinerja organisasi, seperti produktivitas, efektivitas, dan efisiensi (Diana et al., 2023).

Melalui peningkatan kemampuan operasional mereka saat melakukan suatu pekerjaan, bakat atau keterampilan karyawan dimaksudkan untuk ditingkatkan melalui pelatihan (Alhempfi, 2013). Kemudian pengertian dari kewirausahaan sendiri merupakan suatu keahlian individu dalam melihat peluang yang ada dan dapat menggunakan sumber daya yang terbatas serta dapat mengubahnya menjadi suatu peluang yang menghasilkan keuntungan (Olajide, 2017).

Menurut definisi yang diberikan di atas, pelatihan kewirausahaan adalah proses pendidikan metadis yang berlangsung selama periode waktu tertentu dengan tujuan memperkuat pengetahuan, mengembangkan keterampilan, dan memungkinkan orang untuk mengenali peluang dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kemudian selain adanya pelatihan yang dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha mikro faktor lain seperti adanya kualitas layanan. Pelaku usaha di industri jasa dan produk mengedepankan kualitas layanan sebagai tolok ukur. Karena pelanggan memberikan banyak perhatian kepada pelaku usaha dan jasa perusahaan, maka pelaku usaha tidak bisa mengabaikan hal ini. Pelanggan ingin kualitas menjadi sempurna, dan kontrol kualitas bekerja untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Sejauh mana bisnis memenuhi harapan kliennya dan perbedaan antara apa yang mereka antisipasi dan apa yang mereka terima adalah dua indikator utama kualitas layanan (Samsidar et al., 2022). Kepuasan pelanggan adalah ukuran kualitas layanan. Perbandingan antara layanan aktual yang diberikan kepada pelanggan dan nilai kualitas yang diharapkan menghasilkan informasi tentang tingkat kepuasan mereka. Keberhasilan bisnis dapat ditentukan oleh kualitas layanan mereka. Infrastruktur dan fasilitas yang memadai dapat membantu pengembangan sumber daya manusia yang terampil, yang kemudian dapat mewujudkan cita-cita dalam memberikan layanan yang luar biasa (Samsidar et al., 2022). sehingga dengan dikelolanya kualitas pelayanan yang baik bukan hanya tingkat kepuasan konsumen meningkat tetapi hal ini juga akan berdampak juga dengan pendapatan para pelaku usaha mikro.

Salah satu fasilitas yang dapat digunakan untuk menunjang kualitas pelayanan para pelaku usaha mikro terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cara adanya pemasaran digital yang dapat menghubungkan para pelaku usaha mikro dengan konsumen. Sangat penting bagi para pelaku usaha mikro

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

untuk makmur dan tumbuh di era digital perkembangan teknologi. Para pelaku usaha mikro harus memanfaatkan teknologi digital untuk menumbuhkan pelanggan mereka, pada akhirnya ini akan menghasilkan peningkatan pendapatan (Nasution & Silalahi, 2022). Pemasaran Digital adalah proses, etika, dan pendekatan menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan nilai kepada klien dan pihak terkait lainnya melalui penggunaan teknologi digital. Ini juga dianggap sebagai salah satu strategi pemasaran yang lebih sukses dan efisien untuk mencapai tujuan penjualan (Nasution & Silalahi, 2022).

Sangat disayangkan bahwa para pelaku usaha mikro di wilayah pesisir Wediombo belum memanfaatkan sepenuhnya prospek pemasaran digital untuk mendongkrak pendapatan mereka. Akibatnya, peneliti berpikir bahwa penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai **“Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan bagi Pelaku Usaha Mikro di Pesisir Pantai Wediombo”**

Kontribusi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada pelaku para pelaku usaha mikro di Kawasan Pantai wediombo dalam memperhatikan aspek pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan dan pemasaran digital dalam meningkatkan nilai pendapatan.

Kajian Teori

Peningkatan Pendapatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peningkatan pendapatan merupakan menurunnya ongkos sehubungan penggunaan yang lebih besar *short-time financing* dan berkurangnya *long-term financing* Alwi (2005:9) dalam (Argo et al., 2021). Jumlah uang yang dihasilkan oleh bisnis atau kegiatan dikenal sebagai pendapatan. upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Proses penjualan barang-barang ini pada akhirnya akan menghasilkan uang, tetapi harus dikurangkan dari jumlah total biaya yang dibayarkan dalam produksi mereka (Suryanti et al., 2021).

Badan Pusat Statistik mendefinisikan penghasilan sebagai imbalan yang diterima dari suatu usaha atau kantor dalam bentuk barang dagangan atau uang tunai. Barang yang diberikan dinilai sesuai dengan harga lokal. Upah adalah kompensasi yang diterima buruh atas kerja mereka. Di sisi lain, frasa "pendapatan" mengacu pada non-buruh, seperti kontraktor independen dan wiraswasta (BPS, 2018).

Pelatihan Kewirausahaan

Soekidjo, (2009) dalam Irawati, (2018) mengatakan pelatihan adalah komponen pendidikan yang dimaksudkan untuk membantu orang, baik secara individu maupun kelompok, mengembangkan kemampuan mereka atau memperoleh keterampilan tertentu. Anwar Prabu (2011) dalam (Irawati, 2018) berpendapat bahwa pelatihan adalah bentuk instruksi singkat di mana anggota staf non-manajerial memperoleh pengetahuan teknis dan keterampilan untuk tugas-tugas tertentu. Ini berfungsi untuk memperkuat proses terstruktur dan metodis. Cahyani *et al* (2019) mengatakan pelatihan kewirausahaan adalah

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

upaya yang disengaja dan terorganisir untuk meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan proses berisiko, kreatif, dan inovatif yang menambah nilai pada suatu produk.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2007) dalam Riyanto dan Satinah (2023) mengatakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sambil secara tepat memenuhi harapan mereka dikenal sebagai kualitas layanan. Hermawan (2008) dalam (Riyanto dan Satinah, 2023) menyampaikan bahwa istilah "kualitas layanan" mengacu pada serangkaian bentuk produksi atau layanan tertentu yang memenuhi kebutuhan dan preferensi masyarakat.

Kotler, (2019) dalam Zikri, (2022) mendefinisikan bahwa sejauh mana konsumen mengevaluasi kualitas layanan yang mereka terima dalam kaitannya dengan harapan mereka dikenal sebagai kualitas layanan pelanggan. Kualitas layanan dapat dianggap dapat diterima dan memuaskan jika harapan pelanggan dipenuhi oleh layanan yang dirasakan atau diterima. Pelanggan dapat menjadi setia dan melakukan pembelian berulang sebagai hasil dari kepuasan mereka yang baru dibuat. Goesth & Davis (2019) dalam (Zikri, 2022) mengatakan bahwa kualitas layanan didefinisikan sebagai keadaan dinamis yang mencakup orang, prosedur, lingkungan, dan item layanan yang dapat memenuhi dan melampaui harapan konsumen. Berdasarkan penjelasan yang diberikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa menyediakan layanan berkualitas tinggi melibatkan upaya yang akurat untuk memenuhi dan bahkan melampaui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kebutuhan dan keinginan klien. Ini mencakup ketepatan dalam penyampaian layanan, kemampuan untuk memuaskan pelanggan, dan menciptakan pengalaman yang istimewa. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan pelanggan, memicu pembelian ulang, dan membangun loyalitas.

Pemasaran Digital

Diana et al, (2023) menguraikan bahwa semua bentuk pemasaran, termasuk media sosial, email, situs web, dan mesin pencari, termasuk dalam pemasaran digital. Inisiatif ini bertujuan untuk membangun hubungan dengan pelanggan saat ini dan masa depan. Ini juga dapat dikenal sebagai "pemasaran web", "pemasaran internet," atau "pemasaran online." Menggunakan berbagai strategi dan platform digital untuk menjangkau pelanggan di mana mereka menghabiskan sebagian besar waktu online mereka dikenal sebagai pemasaran digital. Bisnis menggunakan metode pemasaran digital termasuk iklan digital, pemasaran email, brosur online, dan banyak lagi. Strategi ini berkisar dari situs web yang berbeda hingga aset branding online. Istilah "pemasaran digital" mencakup berbagai strategi.

Proses, prinsip, dan strategi pemasaran digital melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan nilai kepada pemangku kepentingan dan pelanggan. Salah satu strategi pemasaran yang lebih sukses dan efisien untuk mencapai tujuan pasar juga dianggap pemasaran digital. Pemasaran digital menjadi pilihan yang semakin populer di era teknologi yang berkembang pesat ini. Ketika bisnis menggunakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasaran digital, mereka dapat berinteraksi dengan pelanggan atau hanya penjual dan pembeli, yang mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan pendapatan. Ini hanyalah beberapa dari banyak keuntungan yang ditawarkan pemasaran digital kepada organisasi.

Pemasaran digital memiliki banyak keuntungan, tetapi juga memiliki kekurangan. Salah satu taktiknya adalah bertujuan untuk lebih banyak keterlibatan bisnis-ke-konsumen dengan menggunakan teknologi dan internet untuk terlibat dalam kegiatan yang menarik. Agar pelanggan tetap tertarik dan terlibat, ini melibatkan perencanaan dan analisis (Nasution & Silalahi, 2022). Pemasaran digital mencakup semua upaya pemasaran yang memanfaatkan alat berbasis internet, beragam metode, dan media digital untuk melibatkan calon klien melalui saluran komunikasi online.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan

Cara lain untuk memikirkan pelatihan adalah sebagai proses instruksional singkat dengan langkah-langkah terstruktur dan metodis. Awan Prabu dalam (Irawati et al., 2018). Kemudian pengertian dari kewirausahaan sendiri merupakan suatu keahlian individu dalam melihat peluang yang ada dan dapat menggunakan sumber daya yang terbatas serta dapat mengubahnya menjadi suatu peluang yang menghasilkan keuntungan (Olajide, 2017). Sehingga berdasarkan pengertian yang ditulis di atas dapat disimpulkan pelatihan suatu proses pendidikan secara sistematis dalam jangka waktu tertentu yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bertujuan untuk memperbaiki kemampuan, meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pada bidang kewirausahaan sehingga mampu melihat peluang dan menggunakan sumber daya yang ada.

Jelas dari penelitian sebelumnya oleh (Cookson dan Stirk, 2019) bahwa program pelatihan kewirausahaan pemerintah kota Yogyakarta berdampak positif terhadap pendapatan UMKM. Kemudian penelitian berikutnya juga mengatakan bawasanya pelatihan ini berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha (Dewi, 2019). Dan selain itu, studi yang diikuti juga menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Diana et al., 2023).

H₁ Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Pendapatan

Kualitas produk atau layanan adalah karakteristik keseluruhannya yang memengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit dan implisit (Abdullah & tantri, 2019). Jenis urutan unik yang ditawarkan oleh produksi atau layanan yang memiliki pengetahuan atau kapasitas untuk memenuhi permintaan dan preferensi pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan (Hermawan, 2018). Kualitas layanan itu sendiri adalah salah satu cara agar klien dapat menilai seberapa baik kualitas layanan memenuhi harapan mereka. Ini dapat dianggap kualitas layanan yang baik dan memuaskan jika layanan yang dirasakan atau diterima memenuhi harapan (Kotler, 2019).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada klien, terutama oleh pemilik bisnis di industri pariwisata Kota Lhokseumawe, secara positif mempengaruhi kenaikan pendapatan pemilik (Samsidar et al., 2022). Penelitian selanjutnya juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima berdampak positif terhadap kepatuhan pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Jepara (Iriyanto & Rohman, 2022). Temuan serupa dari penelitian selanjutnya juga menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepatuhan pelaku UMKM terhadap undang-undang perpajakan dengan cara yang menguntungkan (Septyani et al., 2020).

H₂ Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.

Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan

Pemasaran digital adalah penambahan melalui digital marketing, Dimana tradisional marketing serangkaian aktivitas pemasaran menggunakan sarana interaksi langsung misalnya melalui selebaran, promosi di televisi dan radio, dan lainnya Chaffey dalam (Pradiani, 2018). Administrasi dan pelaksanaan pemasaran ke berbagai platform, termasuk situs web, email, database, TV digital, dan platform mutakhir lainnya seperti blog, feed, podcast, dan media sosial, disebut sebagai pemasaran digital, atau e-marketing. Ini berusaha untuk mendukung inisiatif pemasaran yang dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan dan membina hubungan klien. Pemasaran digital terutama menggunakan teknologi dan media digital, terutama internet, untuk mencapai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tujuan pemasaran dengan menggabungkan layanan online yang dipersonalisasi dengan komunikasi yang ditargetkan (Nasrulloh, 2020).

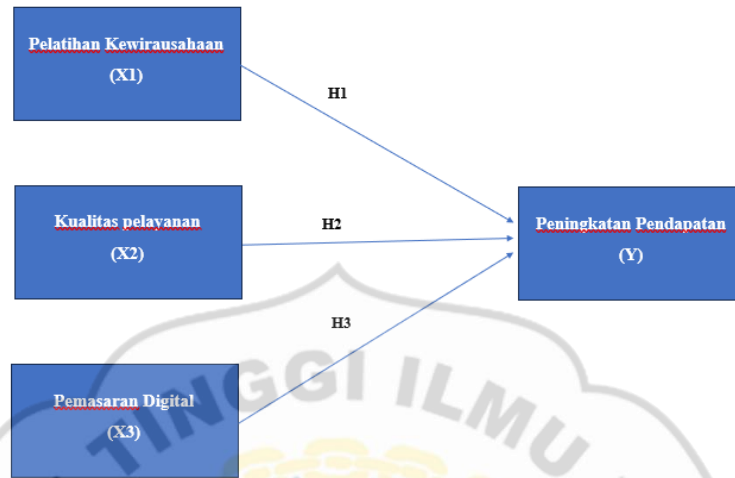
Menggunakan platform dan saluran digital seperti internet, media sosial, mesin pencari, email, dan situs web, pemasaran digital adalah jenis iklan yang mempromosikan barang, jasa, atau merek kepada khalayak luas. Menjangkau dan terhubung dengan pelanggan secara online adalah tujuan utama pemasaran digital, yang juga memainkan peran besar dalam menciptakan interaksi yang bermakna yang mengarah pada hasil yang diinginkan (Naimah et al.,2020).

Penelitian terdahulu, menunjukkan hasil pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali (Ramida, 2022). kemudian penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil bawasanya digital marketing berpengaruh positif terhadap pendapatan (Putri & Arif, 2023). Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah di industri kerajinan tangan dapat secara signifikan meningkatkan penjualan mereka dengan menerapkan taktik pemasaran digital (Triayudi et al., 2023).

H₃ Pemasaran digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Kerangka Berpikir

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 1 Model Penelitian

Kerangka dalam penelitian:

X1: Pelatihan Kewirausahaan

X2: Kualitas Pelayanan

X3: Pemasaran Digital

Y: Peningkatan Pendapatan

H1: Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Pendapatan

H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Pendapatan

H3: Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan

Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah peningkatan pendapatan usaha mikro. Di dalam penelitian ini menguji pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan di kawasan Pantai Wediombo.

Populasi dan Sampel

Istilah "populasi" mengacu pada semua nilai, apakah itu berasal dari perhitungan kuantitatif atau kualitatif atau pengukuran atribut tertentu yang berkaitan dengan koleksi objek yang keseluruhan dan diskrit (Roflin & Liberty, 2021). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelaku usaha mikro di kecamatan Girisubo. Sampel milik populasi. Baris ini menyampaikan dua gagasan. Pertama, bahwa setiap unit populasi harus diberi kesempatan untuk dimasukkan dalam sampel. Kedua, bahwa sampel dianggap sebagai representasi populasi yang kental (miniatur populasi). Untuk mencerminkan populasi secara memadai, ukuran sampel harus cukup besar (Roflin dan Liberty, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro di kawasan Pantai Wediombo. Sampel penelitian yang meliputi 60 usaha mikro di Pantai Wediombo dipilih secara acak dengan menggunakan teknik *random sampling*.

Sumber Data dan Metode Data

Data primer yang dikumpulkan secara langsung akan digunakan dalam penyelidikan ini. Kuesioner skala Likert digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini untuk mendapatkan data primer tentang sikap peserta terhadap objek. Istilah "Data Primer" menggambarkan jenis informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari lapangan. Dinyatakan berbeda, data primer

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dikumpulkan oleh peneliti (Handayani, n.d.). Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan pernyataan atau pertanyaan berdasarkan indikator masing-masing variabel. Skala interval yang digunakan memiliki kisaran 1 hingga 5:

Skala Pengukuran

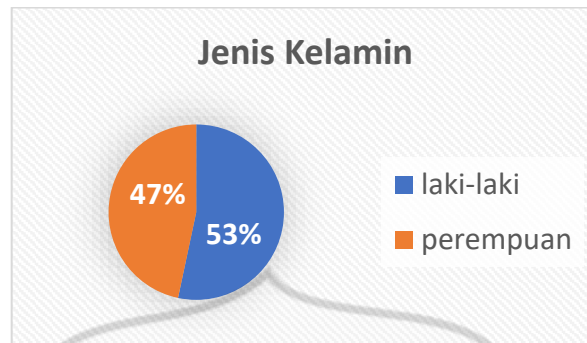
Persepsi Pelaku Usaha Mikro	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

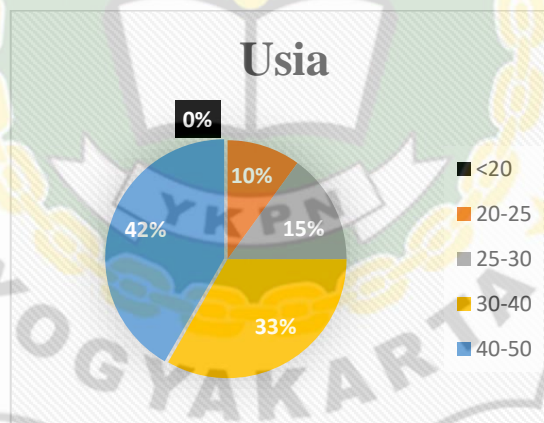
Pada fase ini, tanggapan kuesioner dianalisis, dengan fokus pada pertanyaan mengenai topik yang luas dan profil responden pada khususnya pengaruh pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan terhadap para pelaku usaha mikro di Kawasan pesisir Pantai wediombo. Peneliti berhasil mengumpulkan data dari responden dalam waktu sekitar satu bulan (13 Mei–5 Juni 2024) yaitu sebanyak 60 responden. dengan kriteria yang digunakan adalah para pelaku usaha mikro di pesisir Pantai wediombo.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin

Dari Gambar 4.1, terbukti bahwa dari 60 responden data yang termasuk dalam penelitian ini, 32 individu (53%) adalah laki-laki, sedangkan 28 responden sisanya (47%) adalah perempuan

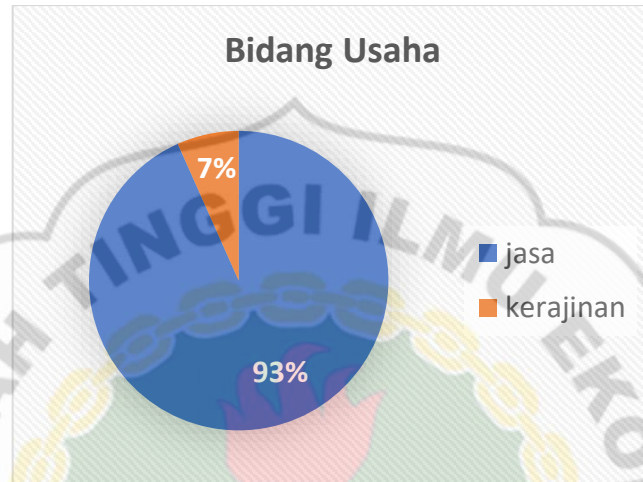


Gambar 4.2 Diagram Lingkar usia Responden

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 60 data responden yang digunakan dalam penelitian ini, 25 orang (42%) adalah kelompok usia yang paling sering dikaitkan dengan responden, berusia antara 40 dan 50 tahun. Kelompok responden berikutnya, termasuk 20 orang (33%), adalah mereka yang berusia antara 30 dan 40 tahun. Responden berusia antara 20 dan 25 tahun terdiri dari

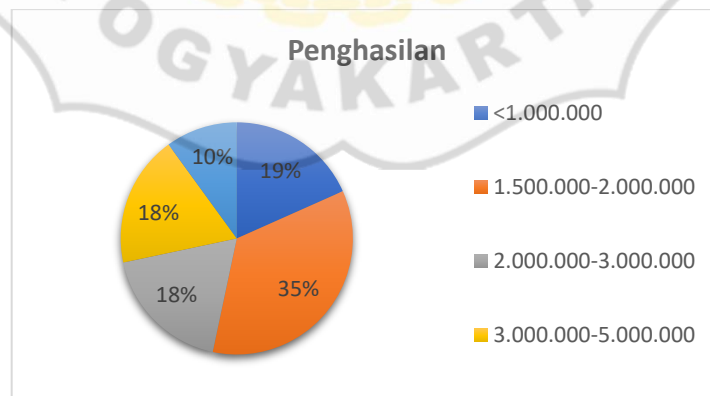
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

persentase responden terbesar 6 orang (10%) sementara responden di bawah usia 20 tahun tidak termasuk sama sekali, atau 0.



Gambar 4.3 Diaagram Bidang Usaha

Dengan total 56 (93%) responden bekerja di sektor jasa, Gambar 4.3 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang termasuk dalam penelitian ini, 4 (7%) responden bekerja di bidang kerajinan.

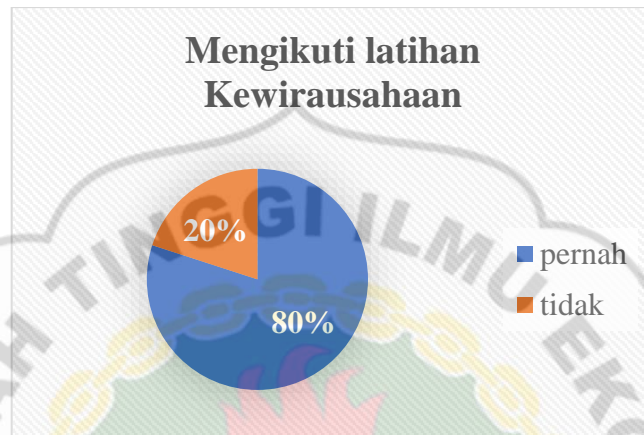


Gambar 4.4 Diagram Lingkar Penghasilan

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang termasuk dalam penelitian ini, 21 orang (35%), atau sebagian besar responden, termasuk dalam kisaran pendapatan 1.500.000-2.000.000. Sebaliknya, jumlah responden paling

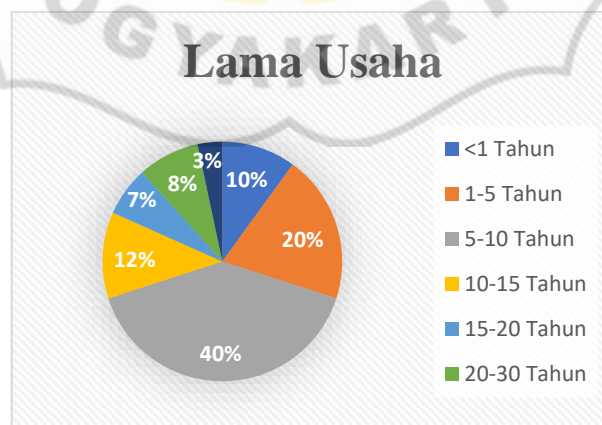
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sedikit (10%), atau hanya 6 orang, berasal dari kelompok pendapatan 5.000.000-10.000.000 .



Gambar 4.5 Diagram Lingkaran Pelatihan

Gambar 4.6 mengilustrasikan hal ini. Dari 60 responden yang datanya digunakan untuk penelitian ini, 48 (80%) adalah responden yang pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan; Sisanya 12 (20%) merupakan responden yang belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan.

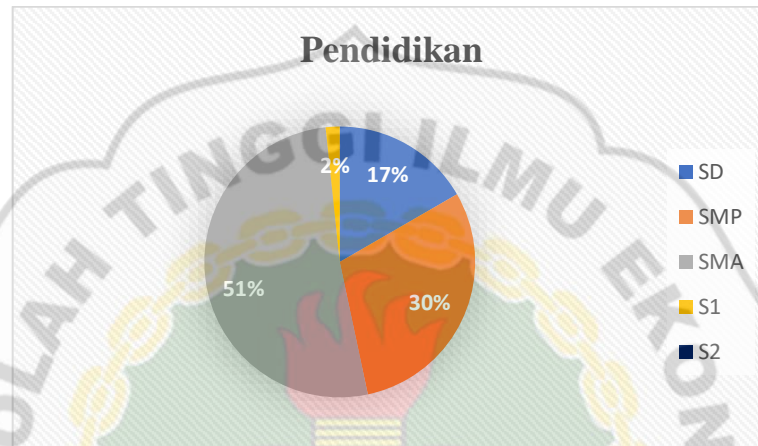


Gambar 4.6 Diagram Lingkaran Lama Usaha

Seperti yang terlihat pada Gambar 4.6, dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, 24 individu (atau 40%) telah menjalankan bisnis selama

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lima hingga sepuluh tahun, sedangkan 12 individu sisanya (20%) telah menjalankan bisnis selama satu hingga lima tahun. Hanya ada dua responden (3%), jumlah paling sedikit dengan durasi bisnis 30-40 tahun.



Gambar 4.7 Diagram Lingkaran Tingkat Pendidikan

Data yang disajikan pada Gambar 4.7 menunjukkan bahwa, dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, 31 individu (51%) bekerja dari Tingkat Pendidikan Sekolah Menengah Atas, sedangkan sisanya 18 individu (30%) berasal dari Tingkat Pendidikan Sekolah Menengah Pertama. Jenjang Pendidikan S2 yang nol atau tidak sama sekali (0%), memiliki responden paling sedikit.

Hasil Pengujian

Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Pada penelitian ini, uji validitas konvergen dengan kriteria faktor pemuatan (cross-loading factor) $> 0,7$ menggunakan SmartPLS 3.2.9 digunakan untuk melakukan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

uji validitas pada tiga variabel independen: pelatihan kewirausahaan, kualitas layanan, dan pemasaran digital. Inilah hasilnya:

Tabel 4.1 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Item	Loading Factor	Syarat	Keterangan
Pelatihan Kewirausahaan	KI1	0.873	0.7	Valid
	KI2	0.910		Valid
	KI3	0.892		Valid
	KI4	0.912		Valid
	KI5	0.884		Valid
	KO1	0.879		Valid
	KO2	0.895		Valid
	KO3	0.900		Valid
	KO4	0.876		Valid
	KO5	0.922		Valid
	KO6	0.890		Valid
	PL1	0.893		Valid
	PL10	0.881		Valid
	PL2	0.893		Valid
	PL3	0.895		Valid
	PL4	0.893		Valid
	PL5	0.882		Valid
	PL6	0.910		Valid
	PL7	0.880		Valid
PL8	0.894	Valid		
PL9	0.867	Valid		
Kualitas Pelayanan	BF1	0.883	0.7	Valid
	BF2	0.838		Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	BF3	0.827		Valid
	BF4	0.838		Valid
	BF5	0.819		Valid
	EM1	0.832		Valid
	EM2	0.858		Valid
	EM3	0.836		Valid
	EM4	0.766		Valid
	EM5	0.842		Valid
	JA1	0.855		Valid
	JA2	0.889		Valid
	JA3	0.822		Valid
	KE1	0.796		Valid
	KE2	0.846		Valid
	KE3	0.795		Valid
	KE4	0.811		Valid
Pemasaran Digital	AK1	0.882	0.7	Valid
	AK2	0.856		Valid
	HI1	0.901		Valid
	HI2	0.885		Valid
	IN1	0.896		Valid
	IN2	0.902		Valid
	KP1	0.895		Valid
	KP2	0.899		Valid
	KP3	0.903		Valid
	Peningkatan Pendapatan	JK1		0.925
JK2		0.930	Valid	
LU1		0.914	Valid	
LU2		0.928	Valid	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	MO1	0.937		Valid
	MO2	0.925		Valid

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Berdasarkan table 4.1 di atas, menggunakan perhitungan melalui SmartPLS 3.2.9 dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari nilai *loading factor* telah memenuhi syarat lebih dari ($>$) 0,07. Oleh sebab itu validitas konvergen dapat terpenuhi dan dinyatakan valid.

b. Validitas Diskriminan

Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji validitas terhadap 3 variabel independent yaitu pelatihan kewirausahaan, kualitas pelayanan, dan pemasaran digital terhadap variabel dependen yaitu peningkatan pendapatan menggunakan uji validitas diskriminan melalui kriteria *Fornnel - Lacker* yaitu dengan hasil pengujian menyatakan indikator variabel yang mendasari lebih besar dari hubungan variabel laten dengan variabel laten yang lainnya dan menggunakan pengukuran AVE $>$ 0,5. hasil output menggunakan SmartPLS 3.2.9 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Nilai Fornnel_Lacker Criterion

Variabel	Kualitas Pelayanan	Pelatihan Kewirausahaan	Pemasaran Digital	Peningkatan Pendapatan
Kualitas Pelayanan	0.833			
Pelatihan Kewirausahaan	0.096	0.891		
Pemasaran Digital	-0.041	0.364	0.891	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peningkatan Pendapatan	0.305	0.495	0.463	0.926
------------------------	-------	-------	-------	--------------

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Uji Reliabilitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk mengukur konsistensi dari instrument variabel penelitian menggunakan indikator penelitian yang berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability*. Perhitungan data melalui SmartPLS 3.2.9 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Pelatihan Kewirausahaan	0.987	0.988
Kualitas Pelayanan	0.972	0.975
Pemasaran Digital	0.968	0.972
Peningkatan Pendapatan	0.967	0.973

R-Square (R²)

Kriteria pada pengukuran R-Square yakni yaitu ≥ 0.67 (kuat), ≥ 0.33 (moderate) dan ≥ 0.19 (lemah) menurut Ghazali dan Latan (2015). Hasil uji R² dengan SmaertPLS 3.2.9 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji R Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
----------	----------	-------------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peningkatan Pendapatan	0.418	0.387
------------------------	-------	-------

Effecton Size Square (f²)

Effecton Size f Square adalah metode untuk mengevaluasi seberapa baik setiap variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen. Ada empat kategori pengukuran yaitu sangat rendah ($\leq 0,02$), kecil ($\geq 0,02$), sedang ($\geq 0,15$), dan besar ($0,35$) (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji menggunakan SmartPLS 3.2.9 seebagai berikut:

Tabel 4.5 Nilai F2 Model

Relasi	Nilai F ²	Keterangan	Efek
Pelatihan Kewirausahaan -> Peningkatan Pendapatan	0.170	$0,15 < F^2 < 0,35$	Moderate
Kualitas Pelayanan -> Peningkatan Pendapatan	0.139	$0,02 < F^2 < 0,15$	Lemah
Pemasaran Digital -> Peningkatan Pendapatan	0.183	$0,15 < F^2 < 0,35$	Moderate

Q² Predictive relevance

Uji Q^2 bertujuan memprediksi nilai parameter atau nilai harapan (jumlah dari kemungkinan nilai yang diharapkan terjadi). Dengan kriteria *Stone Geisser's* yaitu nilai $Q^2 > 0$.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.6 Predictive Relevance

Variabel	Q ² (=1-SSE/SSO)	Keterangan
Peningkatan Pendapatan	0.335	Memiliki nilai <i>predictive relevance</i>

Tabel nilai Q square, yaitu $0,335 > 0$. Ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki tingkat pengamatan yang sangat tinggi.

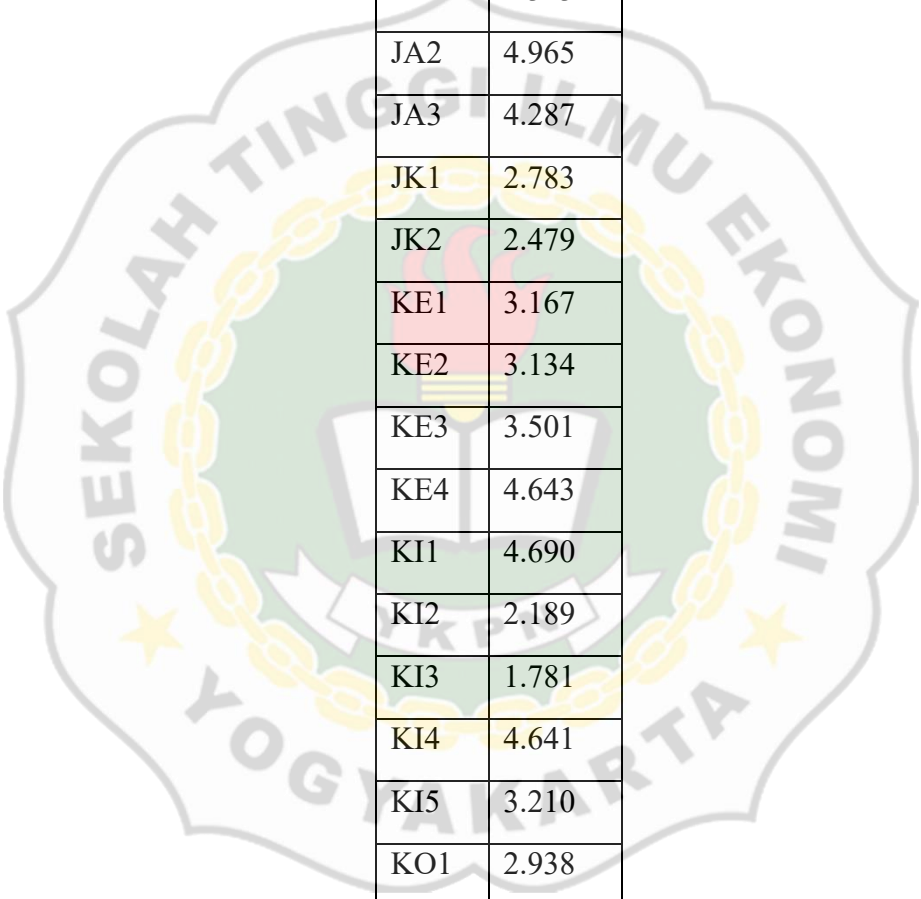
Variance inflation factor (VIF)

Jika multikolinearitas variabel tidak terlalu tinggi, itu dapat dimasukkan dalam model. Model bagian dalam tidak memiliki multikolinearitas jika VIF bagian dalam kurang dari 5 (Ghozali & Latan, 2015). berikut hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) melalui SmartPLS 3.2.9:

Tabel 4.7 Nilai VIF

Item	VIF
AK1	1.624
AK2	3.218
BF1	2.860
BF2	2.789
BF3	4.412
BF4	4.169
BF5	2.141
EM1	3.725
EM2	3.720
EM3	4.670
EM4	4.871
EM5	3.324

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



HI1	2.837
HI2	2.989
IN1	1.389
IN2	1.630
JA1	1.323
JA2	4.965
JA3	4.287
JK1	2.783
JK2	2.479
KE1	3.167
KE2	3.134
KE3	3.501
KE4	4.643
KI1	4.690
KI2	2.189
KI3	1.781
KI4	4.641
KI5	3.210
KO1	2.938
KO2	1.865
KO3	4.162
KO4	3.385
KO5	1.687
KO6	2.681
KP1	4.512
KP2	1.734
KP3	2.674

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LU1	4.869
LU2	2.194
MO1	3.778
MO2	2.032
PL1	4.920
PL10	4.519
PL2	3.228
PL3	4.831
PL4	4.199
PL5	3.541
PL6	4.500
PL7	4.905
PL8	4.766
PL9	4.094

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Terbukti dari angka VIF pada tabel 4.7 di atas bahwa nilai VIF kurang dari lima. Akibatnya, berdasarkan kriteria, dapat dikatakan bahwa data tidak menunjukkan multikolinieritas yang cukup besar. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel yang digunakan tidak akan menimbulkan kesalahan dan signifikan.

Model Fit: *Standardized Root Mean Square residual (SRMR)*

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) adalah alat yang digunakan dalam analisis kesesuaian model untuk mengevaluasi sejauh mana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel dependen. Menurut (Hair et al., 2019), model dianggap cocok jika nilai SRMR < 0,1. Hasil uji kesesuaian model menggunakan SmartPLS 3.2.9 adalah sebagai berikut.:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.8 Hasil Uji Model Fit

Variabel	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.072	0.075
d_ ULS	29.430	31.621
d_ G	n/a	n/a
Chi-Square	Infinite	Infinite
NFI	n/a	n/a

Uji Hipotesis

Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis

Variabel	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Pelatihan Kewirausahaan -> Peningkatan Pendapatan	0.340	2.051	0.041
Kualitas Pelayanan -> Peningkatan Pendapatan	0.287	1.973	0.049
Pemasaran Digital -> Peningkatan Pendapatan	0.351	2.038	0.042

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Pembahasan

1. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Pendapatan (H1)

Dari hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Pendapatan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,340 nilai *p-values* sebesar $0,041 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.051 > 2.000$. sehingga dapat ditarik kesimpulan H1 diterima yakni pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Pendapatan (H2)

Dari hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Pendapatan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.287 nilai *p-values* sebesar $0,041 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $1,973 > 2,000$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan H2 diterima yakni Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan.

3. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan (H3)

Temuan uji hipotesis ketiga yakni Dampak Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan, menunjukkan bahwa t-statistik adalah $2,038 > 2,000$, nilai *p-values* adalah $0,042 < 0,05$, dan nilai koefisiennya adalah 0,351. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H3 diterima, menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pemasaran digital.

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana variabel independen (Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan, dan Pelatihan Kewirausahaan) mempengaruhi variabel dependen, yaitu (Peningkatan Pendapatan). Hasil analisis data menggunakan *software* PLS 3.2.9 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peningkatan pendapatan dipengaruhi oleh pelatihan kewirausahaan.

Peningkatan Pendapatan secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh pelatihan kewirausahaan. Hasil analisis data yang menampilkan nilai p sebesar $0,041 < 0,05$ dan T-statistik sebesar $2,052 >$ nilai kritis sebesar 2,000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mendukung hal tersebut. sehingga apabila para pelaku usaha mikro banyak mengikuti kegiatan pelatihan kewirausahaan hal ini akan dapat meningkatkan pendapatan mereka.

2. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Pendapatan. Pertumbuhan pendapatan secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Hasil analisis data yang menampilkan p-value sebesar $0,049 < 0,05$ dan T-statistik sebesar $2,973 < \text{critical value}$ sebesar 2,000 mendukung hal tersebut. sehingga apabila para pelaku usaha mikro meningkatkan kualitas pelayanan hal ini akan dapat meningkatkan pendapatan mereka.
3. Terdapat pengaruh Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Pendapatan. Pemasaran Digital memberikan pengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil olah data yang menunjukkan nilai *p-values* $0,042 < 0,05$ dan T-statistik $2,038 > \text{nilai kritis}$ 2,000. sehingga apabila para pelaku menggunakan pemasaran secara digital hal ini akan dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi pelaku usaha mikro

Diharapkan para pelaku usaha mikro sering mengikuti pelatihan kewirausahaan dan memperhatikan kualitas pelayanan juga lebih

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengembangkan promosi dengan pemasaran digital agar meningkatkan produktivitas dan juga nilai pendapatan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Menurut temuan penelitian bahwa 58,2% masih dapat dijelaskan oleh variabel lain yang belum dicermati dalam penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat ditingkatkan dengan menggunakan lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan pelaku usaha mikro. Dengan demikian, diyakini bahwa lebih banyak faktor dapat dimasukkan untuk penelitian di masa depan. Diantisipasi bahwa ukuran sampel untuk studi mendatang akan lebih besar dan tidak hanya berkonsentrasi pada pelaku usaha mikro.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Amalia, M. R. (2018). Studi Kasus Umkm Sentra Batik Desa Bengle Kab. Tegal. Permana, 248–254.
- Argo, M. S., Tasik, F., & Goni, S. Y. V. . (2021). Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di Kawasan Boulevard II Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Badan Pusat Statistik, Statistik Pendapatan Februari 2018 Income Statistics February 2018, (BPS RI/BPS-Statistics Indonesia: CV Nario Sari, 2018), hal. 1
- Bappeda, J. (2023). *UMKM List Master Data* Aplikasi Dataku Pemda DIY. Bappeda.JogjaproV.Go.Id.
https://bappeda.jogjaproV.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm
- Cahyani, S.S.A., Timan, A, dan Sultoni. 2019. “Manajemen Pelatihan Kewirausahaan Bagi Peserta Didik di Kampoeng Kidz”. *Jurnal Administrasi dan manajemen Pendidikan*, Vol 2(1): 1-9.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). Pengaruh Pelatihan Pendampingan dan Pembinaan Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap Pendapatan UMKM. 61.
- Dewi, A. I. K. (2019). Pengaruh Pelatihan Usaha Mikro dan Kecil terhadap Pendapatan (Studi Kasus pada Koperasi Wanita Flamboyan Malang). *Universitas Brawijaya*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
- Garson, G. D. (2016). Model, Partial Least Square: Regression and Struktural Equation. In *Multi-Label Dimensionality Reduction*. Statistical Publishing Associates. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi*
- Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. edisi 2. Semarang: Badan
- Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Handayani, L. T. (n.d.). *Buku Ajar Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif (Penelitian Kesehatan)*. PT.Scifintech Andrew Wijaya.
<https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ>

Haslinda, M, Jamaluddin. 2016. “Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo”. *Jurnal Akuntansi*, Vol 2 (1): 1-21.

Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66–67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>.

Irawati, R., Stie, D., & Malang, M. (2018). PENGARUH PELATIHAN DAN PEMBINAAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL. In *Jurnal JIBEKA* (Vol. 12, Issue 1).

Iriyanto, M. S., & Rohman, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Jepara. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(1), 16–31. <https://doi.org/10.34001/jra.v6i1.188>

Nasution, S., & Silalahi, P. R. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/13785>

Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>

Ramida, R. M. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 310–326.

Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30–37. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>

Robins, Stepen P. 1994 *Teori Organisasi Struktur, Desain dan Aplikasi*. Penerbit Arcan Jakarta

_____. 2003. *Organizational behavior*,

New Jersey: Prentice Hall.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL DALAM PENELITIAN KEDOKTERAN*. Penerbit NEM.
<https://books.google.co.id/books?id=ISYrEAAAQBAJ>
- Samsidar, Agustinawati, Safitri, Irfan, D., & Pratiwi, Y. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Pendapatan Wirausaha Sektor Pariwisata Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 17–22.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Businiess (Eight)*. John Wiley and Sons, Inc.
- Septyani, A. E., Sudiartana, I. M., & Mahaputra, I. N. K. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemahaman Wajib Pajak dan Penurunan Tarif Pajak Penghasilan Final terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Denpasar. *Jurnal Kharisma*, 2(2), Hal: 372-391.
- Sugara, P. B. (2019). Pengaruh Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ipuh Kabupaten Mukomuko. *Skripsi*, 1–79.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Fan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60–72.
<https://doi.org/10.24905/permana.v13i1.117>
- Triayudi, A., Mesran, Suginam, Afriany, J., & Nugroho, F. (2023). Pengaruh Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pendapatan UMKM Sekar Handycraft. *Jpm: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 124–127.
<https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1349>
- Wiji Yuwono, I. R. M. E. K. (2020). Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 30–50. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.39>
- Yuyus Suyana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 90-102